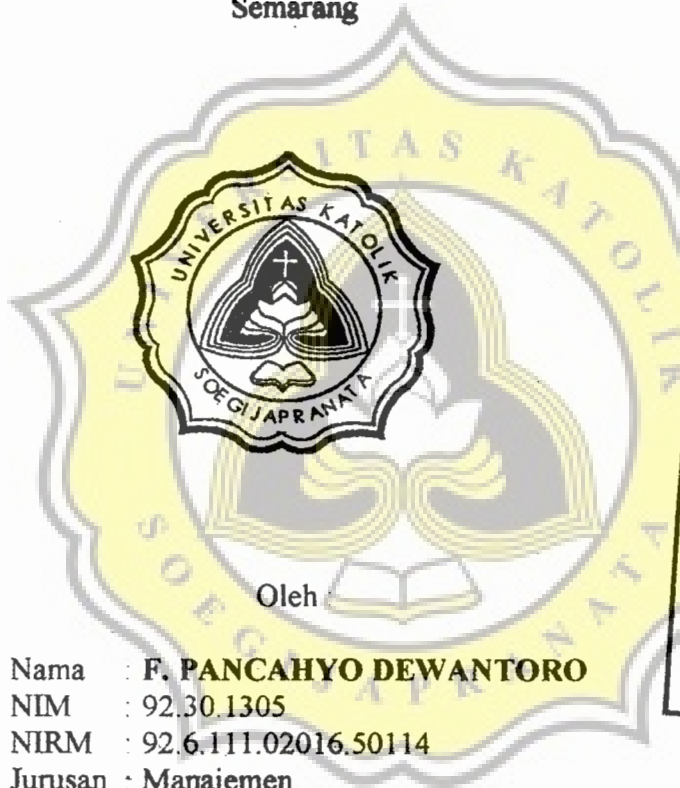


Em
608. 8342
Dew
F
1999

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA AKOMODASI PERHOTELAN
DI HOTEL AGAS INTERNATIONAL SOLO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



PERTUSTAKAAN	
No. INV.	619 / E / C
Th. Angg.	001
PARAP.	TGL. 14 / 7 / 99

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SEOGIJAPRANATA
SEMARANG
1999**

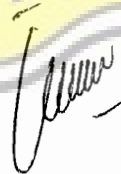
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : F. PANCAHYO DEWANTORO
NIM : 92.30.1305
NIRM : 92.6.111.02016.50114
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA AKOMODASI
PERHOTELAN DI HOTEL AGAS INTERNATIONAL
SOLO

Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : 12 Mei 1999

Pembimbing I



(Dra. Yoestini,MSi)

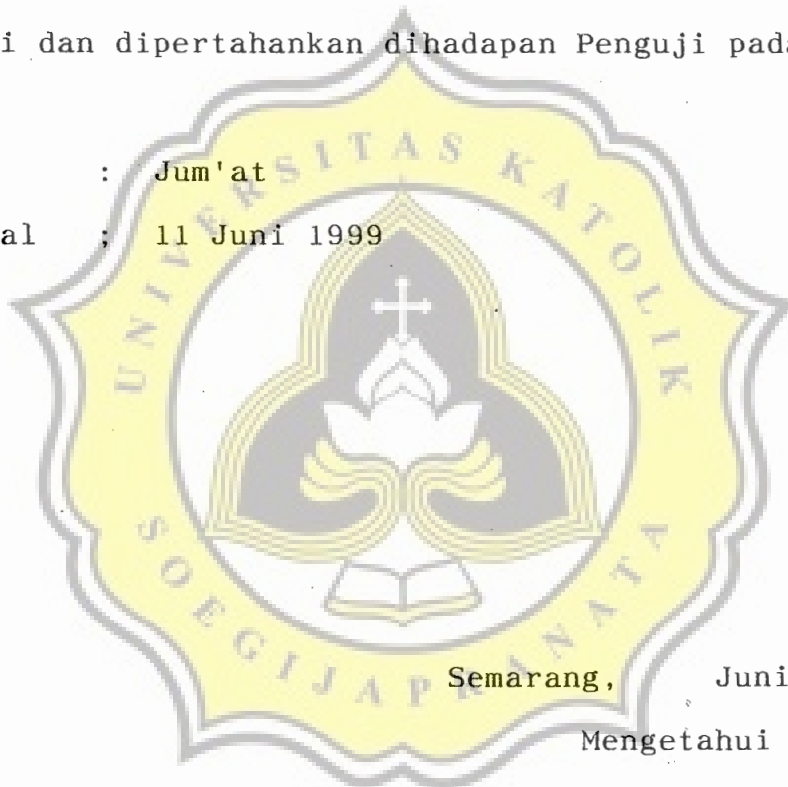
HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA
AKOMODASI PERHOTELAN DI HOTEL AGAS
INTERNATIONAL SOLO.

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Penguji pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 11 Juni 1999



Semarang, Juni 1999

Mengetahui

Koordinator Penguji

Dekan Fakultas

(Vincent Didiek WA, PhD)

Ekonomi

(Komala Inggawati, SE, MM)

ABSTRAK

Faktor lokasi dimana hotel tersebut berada dapat berpengaruh bagi konsumen jika mereka menginap. Fasilitas yang diberikan oleh hotel akan membuat para tamu merasa nyaman. Pelayanan atau service dari hotel kepada para tamunya akan membuat para tamu merasa nyaman menginap sehingga tamu tersebut tidak segan-segan menginap kembali diwaktu yang akan datang. Faktor tarif sewa kamar yang ditetapkan, akan menjadi pertimbangan konsumen, terutama kesesuaian harga dengan mutu jasa diberikan pihak hotel. Faktor yang tidak kalah penting adalah promosi, promosi yang menarik akan sangat membantu para wisatawan untuk memperoleh informasi tentang dimana mereka harus beristirahat atau menginap.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA AKOMODASI PERHOTELAN DI HOTEL AGAS INTERNATIONAL SOLO".

Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis data kuantitatif. Analisis korelasi sederhana, dapat dilihat bahwa lokasi mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan memilih dengan koefisien korelasi $r_{xy} 1.2 = 0,5935$. Fasilitas mempunyai hubungan kuat dengan keputusan memilih dengan koefisien korelasi $r_{xy}=0,6060$, Pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan memilih dengan koefisien korelasi $r_{xy} 1.2=0,5985$. Tarif mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan memilih dengan koefisien korelasi $r_{xy} 1.2=0,6669$. Promosi mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan memilih dengan koefisien korelasi $r_{xy} 1.2= 0,5816$.

Analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan, memilih, karena t hitung $6,513 > t$ tabel $1,671$. Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih, karena t hitung $6,729 > t$ tabel $1,671$. Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih, karena t hitung $6,597 > t$ tabel $1,671$. Tarif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih, karena t hitung $7,904 > t$ tabel $1,671$. Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih, karena t hitung $6,315 > t$ tabel $1,671$. Dari persamaan regresi terlihat bahwa tarif yang paling dominan dengan koefisien regresi atau $b_4 = 0,5383$.

Kelima faktor mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa akomodasi perhotelan. Yang perlu diperhatikan hotel adalah melakukan promosi yang menarik. Agar tamu tertarik untuk memilih menginap di hotel tersebut.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

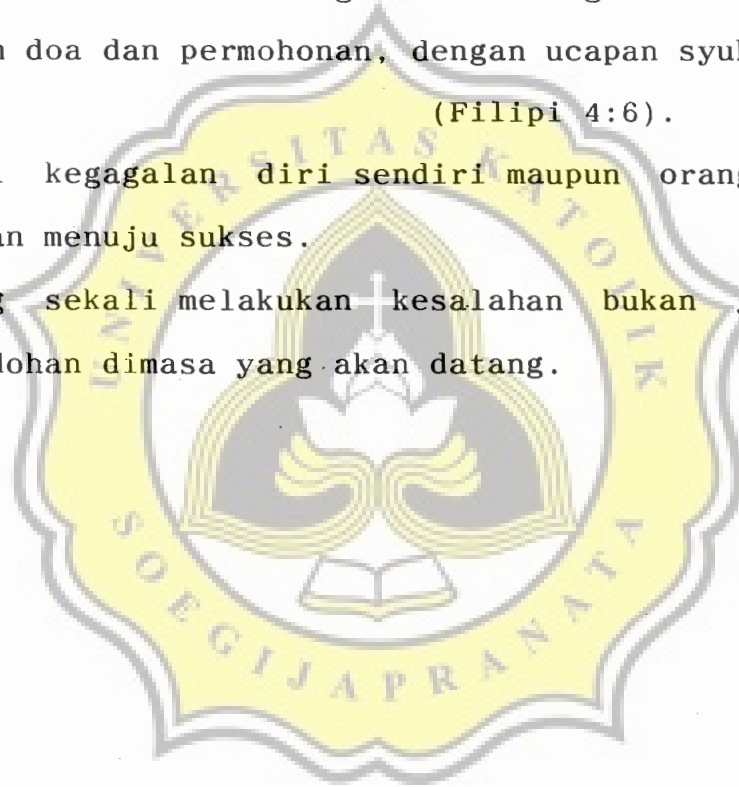
- Sebab seperti tubuh tanpa roh adalah mati, demikian jugalah iman tanpa perbuatan-perbuatan adalah mati.

(Yakobus 2:26).

- Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan, dengan ucapan syukur.

(Filipi 4:6).

- Mempelajari kegagalan diri sendiri maupun orang lain adalah jalan menuju sukses.
- Orang yang sekali melakukan kesalahan bukan jaminan untuk kebodohan dimasa yang akan datang.



Kupersembahkan kepada :

- Bapak dan (Alm) Ibu tercinta,
- Kakak-kakakku tersayang,
- Yang tersayang Rina Purnamawati
- Almamaterku Unika Soegijapranata

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat ALLAH Bapa Yang Maha Kasih atas kuasa rahmat dan anugerahNya, akhirnya penulis dapat menyusun skripsi ini dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA AKOMODASI PERHOTELAN DI HOTEL AGAS INTERNATIONAL SOLO".

Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan mengingat pengetahuan dan kemampuan penulis yang sangat terbatas. Meskipun demikian penulis telah berusaha sebaik mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi syarat-syarat yang diperlukan.

Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga tersusunya skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Yoestini, MSi, selaku dosen pembimbing I yang selalu tulus dan sabar dalam memberikan bimbingan, petunjuk dan dorongan moril kepada penulis selama

proses penyusunan skripsi sampai selesai.

2. Bapak A. Haryo Poerwito, SE, selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, petunjuk serta dorongan selama ini.
3. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata yang telah memberikan bimbingan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata.
4. Bapak Drs. J. Sugiharto, selaku dosen wali selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata, yang selalu memberi dorongan dan pengarahan kepada penulis selama proses belajar di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata.
5. Staf pengajar fakultas Ekonomi yang dengan tekun memberikan bimbingan serta ilmu yang berguna selama proses belajara di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata. Dan seluruh karyawan di Fakultas Ekonomi atas segala bantuan yang diberikan.
6. Bapak Suparmin, selaku pimpinan hotel Agas International yang telah berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di hotel yang beliau pimpin serta membantu penulis selama berlangsungnya penelitian.
7. Bapak Sugiarto selaku marketing Manager di hotel Agas International Solo yang telah memberikan bimbingan, dan petunjuk saat penelitian.

8. Untuk keluargaku (Alm) Ibuku tercinta, Bapak, Mbak Ika, Mas Chris, Mas Hendro, Mbak Lies, Mbak Utiek, Mas Tanto, Mbak Ayiek yang telah membiayai selama penyusunan skripsi serta kasih sayang yang telah diberikan dan dorongan hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Untuk keluarga Purwodadi, Ibu Tri Sukesi, Mas Momon, Mbak Ovie atas bantuan doa serta dukungan moril.
10. Untuk orang yang paling aku kasihi Rina Purnamawati, atas cinta kasih dan setia menemani dalam penyusunan skripsi, serta dukungan yang besar dan bantuan doanya.
11. Untuk sobat-sobatku Rembo'92, Ferry, Yudik, Gendel, Iwan, Becak, Pitik, Brewok, Prenkle, Ndok, Dicky, Seno, Jemblung, Andi, Bucek Herman, seta anak-anak Gedung H, terima kasih atas kebersamaan selama ini.
12. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan berkenan membalas jasa dan budi baik serta selalu mencurahkan rahmatNya kepada mereka semua. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Semarang, 1999

Penulis

DAFTAR ISI

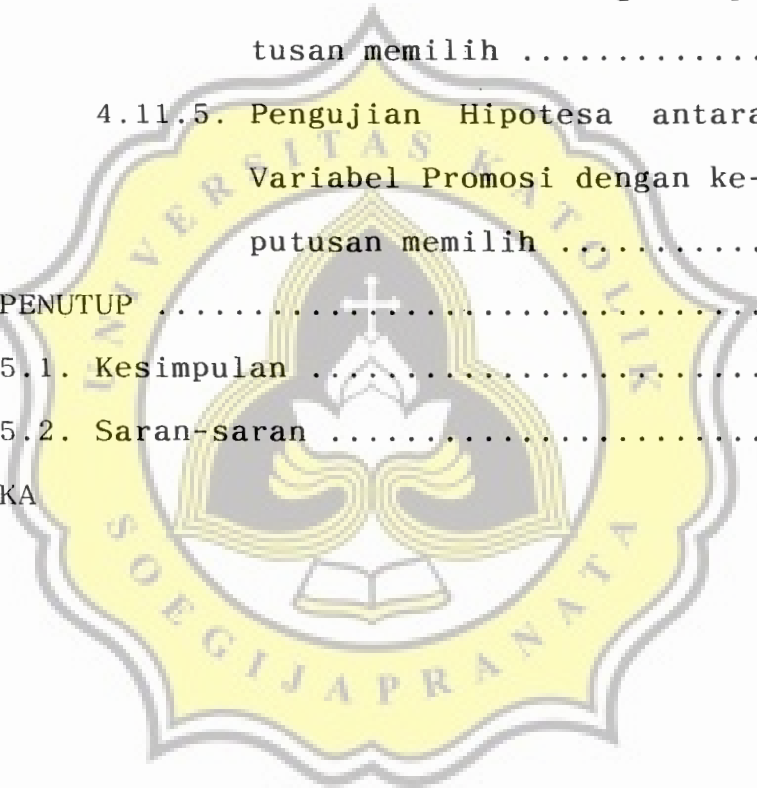
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan dan Pembatasan Masalah ..	4
1.2.1. Perumusan Masalah	4
1.2.2. Pembatasan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian	6
1.4. Sistematika Penulisan	7
BAB II : LANDASAN TEORI	9
2.1. Definisi dan Arti Pemasaran	9
2.2. Konsep Pemasaran	10
2.3. Segmentasi Pasar	11
2.3.1. Pengertian Pasar dan Pembagi	

an Pasar	11
2.3.2. Jenis-jenis pasar	12
2.3.3. Pengertian Segmentasi Pasar.	13
2.4. Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.5. Teori Perilaku Konsumen	13
2.6. Arti dan Penggolongan Jasa	18
2.6.1. Pengertian Jasa	18
2.6.2. Penggolongan Jasa	19
2.7. Pengertian Akomodasi dan Jenis- jenis Akomodasi	21
2.7.1. Pengertian Akomodasi	21
2.7.2. Jenis-jenis Akomodasi	21
2.8. Pengertian hotel	22
2.9. Jasa Perhotelan	23
2.10. Syarat-syarat hotel yang baik	24
2.11. Kerangka Pemikiran	35
2.12. Hipotesis	36
2.13. Definisi Operasional	36
BAB III : METODE PENELITIAN	38
3.1. Lokasi Penelitian	38
3.2. Jenis Data dan Tehnik Pengumpulan Data	38
3.2.1. Data Primer	38
3.2.2. Data Sekunder	39
3.3. Metode Pengambilan Sampel	39
3.3.1. Populasi	39
3.3.2. Sampel	40

3.4.	Metode Analisis Data	40
3.4.1.	Metode Pengujian Instrumen .	41
3.4.2.	Analisis Statistik	43
BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1.	Sejarah dan Perkembangan Ho- tel Agas International	48
4.1.2.	Ruang Lingkup Hotel Agas International	49
4.1.3.	Visi dan Misi Hotel Agas International	53
4.1.4.	Gambaran Hotel Agas Interna- tional	55
4.1.5.	Promosi yang dilakukan Hotel Agas International	59
4.2.	Pengujian Validitas dan Reliabili- tas	61
4.2.1.	Pengujian Validitas	61
4.2.2.	Pengujian Reliabilitas	62
4.3.	Identitas Responden	63
4.3.1.	Jenis kelamin Responden	63
4.3.2.	Usia Responden	64
4.3.3.	Pekerjaan Responden	65
4.3.4.	Penghasilan Responden	65
4.4.	Pemakaian Jasa Akomodasi Perhotelan pada Hotel Agas International	66
4.4.1.	Cara Responden Mendapatkan	

Informasi	66
4.4.2. Keperluan Menginap Responden	66
4.4.3. Alasan Responden Memilih Jasa Akomodasi Perhotelan pada Hotel Agas International ...	67
4.4.4. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Hotel Agas International	68
4.5. Tanggapan Responden mengenai Fasilitas Hotel Agas International	71
4.6. Tanggapan Responden mengenai Pelayanan Hotel Agas International	74
4.7. Tanggapan Responden mengenai Tarif Hotel Agas International	78
4.8. Tanggapan Responden mengenai Promosi Yang Dilakukan Hotel Agas International	81
4.9. Tanggapan Responden mengenai Keputusan konsumen dalam memilih jasa Akomodasi Perhotelan	84
4.10. Analisis Data Kualitatif	85
4.10.1. Analisis Korelasi Sederhana	85
4.10.2. Analisis Regresi Sederhana	87
4.11. Pengujian Hipotesis	91
4.11.1. Pengujian Hipotesa antara Variabel lokasi dengan keputusan memilih	91

4.11.2. Pengujian Hipotesa antara Variabel Fasilitas dengan Keputusan Memilih.....	91
4.11.3. Pengujian Hipotesa antara Variabel Pelayanan dengan keputusan memilih	92
4.11.4. Pengujian Hipotesa antara Variabel Tarif dengan keputusan memilih	93
4.11.5. Pengujian Hipotesa antara Variabel Promosi dengan keputusan memilih	94
BAB V : PENUTUP	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran-saran	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
IV.1.	Hasil Perhitungan Validitas	62
IV.2.	Hasil Perhitungan Reliabilitas	63
IV.3.	Jenis Kelamin Responden	64
IV.4.	Usia Responden	64
IV.5.	Pekerjaan Responden	65
IV.6.	Penghasilan Responden	65
IV.7.	Cara Responden Mendapatkan Informasi ..	66
IV.8.	Keperluan Menginap Responden	67
IV.9.	Alasan Responden Memilih Jasa Akomodasi Perhotelan	67
IV.10.	Tanggapan Responden Terhadap Letak Stra tegis Hotel	68
IV.11.	Tanggapan Responden terhadap kemudahan Lokasi untuk dijangkau	69
IV.12.	Tanggapan Responden terhadap Lingkungan Sekitar Lokasi	69
IV.13.	Tanggapan Responden terhadap lokasi Hotel dilalui transportasi	70
IV.14.	Tanggapan Responden terhadap fasili tas kamar hotel	71
IV.15.	Tanggapan Responden terhadap fasili tas keamanan	72

IV.16.	Tanggapan Responden terhadap fasilitas yang memberi kenyamanan.....	73
IV.17.	Tanggapan Responden terhadap fasilitas lain selain fasilitas kamar.....	73
IV.18.	Tanggapan Responden terhadap pelayanan Reseptionis	75
IV.19.	Tanggapan Responden terhadap keramahan karyawan	75
IV.20.	Tanggapan Responden terhadap sikap hormat karyawan	76
IV.21.	Tanggapan Responden terhadap sikap tanggap karyawan	77
IV.22.	Tanggapan Responden terhadap tarif yang ditetapkan hotel	78
IV.23.	Tanggapan Responden terhadap kesesuaian tarif	79
IV.24.	Tanggapan Responden terhadap potongan harga	79
IV.25.	Tanggapan Responden terhadap perbedaan tarif	80
IV.26.	Tanggapan Responden terhadap promosi melalui publikasi	81
IV.27.	Tanggapan Responden terhadap pengaruh iklan promosi	82
IV.28.	Tanggapan Responden terhadap pengiriman parcel, kartu ucapan dan bentuk bingkisan lain	82

IV.29.	Tanggapan Responden mengenai pemberi- an paket Liburan	83
IV.30.	Tanggapan Responden terhadap keputu- san memilih hotel	84
IV.31.	Tanggapan Responden terhadap keingin- an konsumen menjadi pelanggan	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
II.1.	Struktur Organisasi Hotel Agas International	52a
IV.1.	Hipotesa antara variabel lokasi dengan keputusan memilih	91
IV.2.	Hipotesa antara variabel fasilitas dengan keputusan memilih	92
IV.3.	Hipotesa antara variabel pelayanan dengan keputusan memilih	93
IV.4.	Hipotesa antara variabel tarif dengan keputusan memilih	94
IV.5.	Hipotesa antara variabel promosi dengan keputusan memilih	95

